The Lighty wil Afrika verlig

Proefbuis-gloeilamp is vasgedraai in koeldrankbottel en werk met sonlig

Niel Joubert

ichael Suttner was nog 'n laaitie toe hy besluit het om 'n entrepreneur te word. Vandag, sowat tien jaar later, kan The Lightie sy drome waar maak.

Van kleins af het Suttner (27) getimmer aan elke ding waarop hy sy hande kon kry. Op hoërskool het dié getimmery hom 'n prys op 'n jaarlikse wetenskapkompetisie laat wen nadat hy 'n idee gekry het om sonkrag te gebruik. Hy het tóé al geweet hy wil nie eendag vir iemand anders werk nie, maar sy eie ding doen.

Einde November is hy as die algehele wenner aangewys in First National Bank (FNB) se Ideas Can Help-kompetisie vir sy konsep "The Lightie".

Dié ontwerp, wat hy in Oktober laat patenteer het, is 'n "gloeilamp" in die vorm van 'n proefbuis wat met sonkrag werk en in 'n standaard-koeldrankbottel vasgedraai word.

Volgens FNB is dit maklik om te gebruik, die bron van bekostigbare energie en is dit omgewingsvriendelik, veilig en duursaam.

Dié prys is een van vyf wat Suttner vanjaar vir die produk gewen het.

In 2002 het Suttner 'n skoolkompetisie gewen met sy idee om 'n sekuriteitstelsel vir kampeerders te bou deur sonlig te gebruik.

Ná skool het sonkrag weer sy aandag geprikkel. In daardie stadium het hy ook besef dat Afrika moontlikhede inhou en begin navorsing doen oor die geleenthede op die vasteland.

Hy noem die feite: Afrika het meer as 600 miljoen mense sonder elektrisiteit. Daar is sowat 2 miljard mense wêreldwyd wat in die donkerte leef. "Die tegnologie is daar, maar een van die groot probleme is die



Michael Suttner, ontwerper van The Lightie, hou dié goedkoop gloeilamp vas wat hy hoop lig sal verskaf aan miljoene mense in Afrika wat nie toegang tot elektrisiteit het nie.

verspreiding daarvan."

Hy kyk toe na die probleem van die ander kant af, sê hy. Hy het gekyk wie reeds die verspreidingskanale het - "Coca-Cola, Unilever en sulke ouens".

Dis toe dat hy "The Lightie" ontwerp het met Coke-bottels in gedagte, want Coca-Cola het reeds die verspreidingskanale en Coke bied hom nog 'n manier om sy produk te adverteer. By

die Absa Design Indaba, waar hy een van sy pryse gewen het, is juis gesê hy het gewen danksy die "vernuftige innovasie en verspreidingstrategie".

Volgens Suttner is sy produk uniek, want die silindriese, buigbare sonkragpaneel kry heeldag direkte sonlig. 'n Spesiale mikroskyfie maak dat dit ook in wolkerige en reënerige toestande laai. Wanneer dit ten

Raad aan entrepreneurs

Een van die belangrikste dinge is om 'n mentor te kry, sê Michael Suttner. Hy het vroeër alles self probeer aanpak – en dit kan 'n

volle gelaai is, verskaf dit sowat 40 uur lig. Die battery sal tussen vier en vyf jaar hou, die lig eensame en moeilike pad wees. "Moenie alles self probeer doen nie. Kry 'n mentor om jou te help en raad te gee," sê hy.

is tien keer so helder soos 'n paraffien-lamp en sal tussen sowat R80 en R100 kos, sê hy. Volgens Suttner is The Lightie uiteraard baie veiliger as paraffien-lampe, wat jaarliks die dood van sowat 2 miljoen men-

Hy het nog nie die idee verkoop aan 'n groot koeldrankvervaardiger nie, maar is vol moed dat iemand soos Coca-Cola dit

se wêreldwyd veroorsaak.

Hy is trots dat hy 'n idee het wat mense se lewe kan veran-

Almal praat daarvan om Afrika te verlig, maar ek wil die persoon wees wat dit

werklik doen.

*Pryse/toekennings in 2013

- Wenner van The Democratic Republic of Design-kompetisie by die Absa/Design Indaba.
- Eerste prys by die Lions Den Challenge by die Creating and Leveraging Intellectual Property in Developing Countries-beraad.
- Wenner van die groen-kategorie van die nasionale TIA/Sasol Step-Up Innovation-kompetisie.
- Wenner van FNB se Ideas Can Help-kompetisie.
- Eerste prys by die Gauteng Accelerator Programme se Green Awards.

der, en in die proses kan hy ook hopelik baie geld verdien.

"Ek sien hoe ek self 'n maatskappy bou wat innoverende produkte skep wat mense nodig het, wat bekostigbaar is vir die massas en geredelik beskikbaar is," sê Suttner.

"Almal praat daarvan om Afrika te verlig, maar ek wil die persoon wees wat dit werklik doen."

Samoerai Sudoku



Samoerai Sudoku Nr 10 Verskaf deur Xword.co.za xword@xword.co.za

in Samoerai is 'n 5-in-1 Sudoku.

Gewone Sudoku reëls is van toepassing
op elke 9x9 deel van die rooster. Voltooi

op elke 9x9 deel van die rooster. Volto dit sodat elke ry dwars, elke kolom af, en elke 3x3 kassie die nommers 1 tot 9 bevat. **HEEL ONDER IS VANDAG SE OPLOSSING:**

3			10 10		0	0		1						0	g 5	4		1		
2	9				1				1			1	7				9			
7	0	9	3 0	2	4	27 9			1			4	200		1	8				5
• 07	2		1	_		9		7	l				1	8		_	7	4		4
1			8	3		9	4	- 50	l			7	-		2 2		3	8	1	2
	3		Ť	4			•				6	-	- 25		9	-	_	Ť	8	00-00
- 9	-	2	4	8		9	-		-	-	-	-	-		6	-		-	-	7
- 2	- 8	6	7	-	2	2 2	- 3		7	- 3	4	2 2	- 3		_	7		2 2	4	•
		U	•		_	3		5	<u> </u>	4	7	7	20-		3	•		_		
						3		J	3	7	2	1	-							
						2 2	- 3	4	3	7	_	5	- 3	9						
50	9			2		20 0		7	1	,	9	7	- 2-	,	7	- 67	=	4	- 27	
2	9			3	7	9 9			1	-	y	-			/	4	5	7	-	
3	=		2 2		7	e 1			1	: 3		2 2			g 8	2		/	=	
	5	_	•		4			_	4				_	_	0 9	2			5	,
4	3	9	8				_	5				_	5	1			4	-		6
8	: 3		3	_	_	4	7	_				8			_		1	_	4	_
1				2	5			9	l						2	6		8		5
- 4		_	6	_		_	1	3							6			4	3	9
	-	3	2 1	5		8						1		7	9			2 8		4
2	6	8	1		3								9		4	3	2			8
541	250	120						- 23					100000000000000000000000000000000000000							- 23
4	6	1	2	7	5	3	9	8				9	3	4	7	1	5	2	6	8
3	7	5	4	9	8	6	2	1				6	8	5	3	4	2	1	7	9
2	9	8	6	3	1	7	5	4	l			1	7	2	8	6	9	4	5	3
7	8	9	3	2	4	1	6	5				4	2	3	1	8	6	7	9	5
6	2	4	1	5	9	8	3	7				5	1	8	2	9	7	6	3	4
1	5	3	8	6	7	9	4	2				7	6	9	4	5	3	8	1	2
8	3	7	5	4	6	2	1	9	5	8	6	3	4	7	9	2	1	5	8	6
5	1	2	9	8	3	4	7	6	2	9	3	8	5	1	6	3	4	9	2	7
9	4	6	7	1	2	5	8	3	7	1	4	2	9	6	5	7	8	3	4	1
						3	6	5	9	4	1	7	8	2						
						8	9	7	3	5	2	1	6	4						
						1	2	4	6	7	8	5	3	9						
6	9	4	2	3	1	7	5	8	1	6	9	4	2	3	7	8	5	6	9	1
3	8	1	5	6	7	9	4	2	8	3	7	6	1	5	3	4	9	7	8	2
7	5	2	9	8	4	6	3	1	4	2	5	9	7	8	1	2	6	4	5	3
4	3	9	8	7	6	1	2	5	7.0	ATTE		3	5	1	8	7	4	9	2	6
8	2	5	3	1	9	4	7	6				8	6	2	5	9	1	3	4	7
1	7	6	4	2	5	3	8	9				7	4	9	2	6	3	8	1	5
5	4	7	6	9	8	2	1	3	1			2	8	4	6	1	7	5	3	9
2	4	2	7	-	2	-	1	4	l			-	3	7	9		0	3	2	1

Mark byt aan township-reklame

Vida Booysen

Bloemfontein. - As daar iemand is wat glo aan die leuse "aanhouer wen", is dit Anisa Kale, wat die kommunikasiemaatskappy Keys Communication saam met haar man, Kabelo, besit.

Die maatskappy spesialiseer in alternatiewe buitelug-advertensies in Suid-Afrikaanse townships. Hul sake-idee is so revolusionêr dat dit die mark onkant betrap het, en hulle moes twee jaar wag totdat die eerste vis uiteindelik gebyt het. Maar hulle het die deurbraak in die mark gekry waarop hulle altyd gehoop het.

Vandag het hulle groot name soos Coca-Cola, Sasko, Nedbank, Wimpy en SuperSport as kliënte en is daar planne om hul sake-idee ook na buurlande soos Mosambiek en Swaziland uit te brei.

Die uitdaging vir Anisa en Kabelo was om geskikte advertensie-platforms in die township te identifiseer wat kostedoeltreffend sou wees, maar tog van goeie gehalte. "Ons idee was om namens adverteerders mure in die township te beskilder. Dis nie 'n nuwe idee nie, maar ons spuitverfmetode en die soort verf wat ons gebruik, was wel eiesoortig, en ons kon die gehalte van ons produk waarborg."

Daar is reeds baie mure in die townships wat beskilder word, met wisselende grade van sukses, en die groot uitdaging was om voornemende adverteerders te oortuig dat hul werk professioneel sou lyk.

"Ons het ons maatskappy in 2009 gestig, maar dit was eers in 2011 dat ons ons eerste kliënt kon oorreed om die nuwe eksperimentele medium te beproef. Ons het in daardie twee jaar aan vele deure geklop, maar telkens die antwoord gekry dat ons idee nie by hul handelsnaam pas nie en nie deel van die hoofstroom is nie"

Die maatskappy het intussen nie moed verloor nie en steeds



Coca-Cola was die eerste kliënt wat die kans gewaag het om op groot skaal buitelug-advertensies op mure in townships te laat spuitverf.

Foto: VERSKAF



Anisa Kale, mede-eienaar van Keys Communication, 'n reklamemaatskappy wat eiesoortige buitelug-advertensies in township-ruimtes skep.

voortgegaan om mure op hoofroetes of ander besige strate te identifiseer en solank met die eienaars te onderhandel om die mure te huur.

"Dit was juis deel van ons sakeplan dat ons slegs op besige roetes waar die taxi's ry, sal fokus. Die eienaars van sulke huise is dikwels oumas en oupas wat van 'n ouderdomspensioen afhanklik is en vir hul kleinkinders sorg, dus het die ekstra geldjie per maand baie vir hulle beteken."

Die muur-oppervlak word vir 'n tydperk van 'n jaar gehuur, vir die eksklusiewe gebruik van die maatskappy, of daar nou 'n advertensie daarop geverf is of nie. Indien nodig, sal die maatskappy egter self 'n muur bou in 'n gebied waar dit vir advertensiedoeleindes nodig is.



Ons idee was om namens adverteerders mure in die township te beskilder.

Anisa sê dit is veral in landelike gebiede 'n uitstekende advertensiemedium. "In dié gebiede is daar nie reusebuitelugreklameborde nie, en die idee is dat 'n handelsnaam mense kan bereik selfs waar hulle nie tydskrifte of TV's kan bekostig

Coca-Cola was die eerste maatskappy wat die nuwe strategie beproef het en advertensies aangevra het op 50 mure landwyd om 'n energiedrankie bekend te stel. Kort hierna het die nuus die ronde begin doen, en SuperSport het ook

'n nasionale kontrak geteken.

"Dit is steeds 'n proses om
maatskappye te probeer oortuig, maar ons glo in ons idee
en vergelyk ons altyd met die
groot advertensieborde wat betref gehalte van die kunswerk hoewel ons mure natuurlik net
'n fraksie kos van wat 'n buitelugreklamebord sou kos."

lugreklamebord sou kos."

Die projek is ook 'n werkskepper, met tien vryskut-kunstenaars wat die mure met 'n spesiale verfspuit beskilder.

Daar word ook mense in die township aangestel om die mure op te pas en seker te maak dit word nie gevandaliseer nie.

Die kliënt verskaf die ontwerp en die eerste stap is om dié ontwerp op 'n stempelsnyer af te druk voordat die verf opgespuit word.

Anisa se raad aan ander entrepreneurs is om vas te byt. "Moenie te gou moed verloor nie, fokus op dit waarin jy glo, maar hou intussen 'n wakende oog oor jou uitgawes en probeer om nie skuld te maak in die tyd dat jy nog jou onderneming moet vestig nie. As jou idee 'n goeie een is, sal mense terugkom na jou toe."